

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini berkaitan dengan kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian. Penelitian ini termasuk penelitian kausal. Penelitian ini adalah konsumen pada ejji coffee corner margorejo. Populasi menurut Sugiono (2011:80), adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, yaitu sebanyak 100 orang. Menurut Sugiono (2010:118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Cara pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dan jawaban menggunakan data likert lima gradasi. Dan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam Penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di Ejj Coffee Corner Margorejo Jl. Raya Margorejo Indah No. 146, Jemur Wonosari, Kecamatan Wonocolo Kota Surabaya. Periode waktu dari bulan April 2021 sampai selesai.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang penekanannya pada data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut responden. Apabila peneliti menggunakan observasi, maka sumber datanya bisa berubah benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatan subjek penelitian atau variabel penelitian.

3.3.2 Sumber Data

Menurut sumbernya terdapat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung Sugiyono (2017:224). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner yang telah dibagikan dan diisi oleh pihak pihak yang bersangkutan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain atau lewat perantara lain yang berkaitan dengan penelitian Sugiyono (2017:224). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini ialah sejarah perusahaan, data karyawan, struktur organisasi perusahaan, dan sumber tertulis lainnya.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugoyono, 2008:115). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang datang di Ejji Coffee Corner Margorejo.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian objek yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Notoatmojo, 2013). Hasil yang diperoleh dari data, terhadap penelitian pada sampel yang diambil dari populasi betul-betul mewakili. Dalam penelitian ini menggunakan teknik non probabilitas (*non probability sampling method*) dengan teknik incidental (*accidental sampling*) artinya penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang

orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2012:96). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus sebagai berikut untuk menghitung

$$n = \frac{Z^2}{4.Moe^2}$$

Keterangan

n = jumlah sampel

Z = tingkat distribusi normal pada tarif signifikan alpha 5% = 1,96

Moe = *margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksima pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan

Menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 \times (0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 96,04 orang atau responden. Untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak dapat diolah atau digunakan maka sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan bentuk komunikasi lisan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mendapatkan informasi secara langsung dari responden dengan tujuan memperoleh data guna menjelaskan permasalahan dalam penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dan harus dijawab, guna melengkapi data dan informasi yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan sumber buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini untuk melengkapi data yang akan digunakan.

3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional

3.6.1 Definisi Variabel

1. Kualitas Produk (X1)

Definisi kualitas produk di dalam penelitian ini adalah kualitas produk merupakan suatu produk yang melalui beberapa tahapan proses dengan mempritungkan nilai suatu produk tanpa adanya kekurangan dari produk sedikitpun dan menghasilkan produk dengan harapan yang sesuai dengan konsumen.

2. Harga (X2)

Definisi harga di dalam penelitian ini adalah harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut.

3. Promosi (X3)

Definisi promosi di dalam penelitian ini adalah promosi yaitu upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan dengan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Definisi keputusan pembelian di dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yaitu pengambilan keputusan akan pembelian, yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian, keputusan mana didasarkan atas hasil yang diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

3.6.2 Definisi Operasional

Definisi variabel secara operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1)

Indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada Kotler (Supriyadi at.all, 2016: 2), sebagai berikut:

- a. sesuai dengan kepuasan.
- b. memiliki daya tahan lama.
- c. keandalan sesuai dengan kebutuhan.
- d. pembeli mudah mendapatkan produk.
- e. desain sesuai dengan kesukaan.

2. Harga (X2)

Menurut kotler dan armstrong terjemahan sabran (2012;278), ada empat indikator yang harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

3. Promosi (X3)

Menurut Kotler (Rosvita, 2010:28) indikator yang mencirikan promosi sebagai berikut :

- a. Jangkauan promosi.
- b. Kuantitas penayangan iklan di media promosi.

- c. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.
 - d. Daya Tarik Promosi, persepsi konsumen terhadap promosi yang menarik perhatian.
 - e. Persepsi konsumen terhadap efektifitas dari promosi produk.
4. Keputusan Pembelian (Y)

Indikator dari keputusan pembelian, yaitu (kotler, 2000;212) dalam (sutanto, 2013):

- a. Kemantapan pada sebuah produk.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk.
- c. Menberikan rekomendasi kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian ulang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pengukuran variabel dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut Sugiyono (2017:134). Pilihan untuk masing masing jawaban dalam tanggapan responden dapat diberi skor sebagai berikut:

Sangat setuju (SS)	Nilai skor 5
Setuju (S)	Nilai skor 4
Netral (N)	Nilai skor 3
Tidak setuju (TS)	Nilai skor 2
Sangat tidak setuju (STS)	Nilai skor 1

3.7 Proses Pengolahan Data

1. Editing

Editing merupakan proses pemeriksaan data yang telah terkumpul agar mengetahui data tersebut sudah cukup valid dan bisa digunakan untuk proses selanjutnya atau tidak. Pemeriksaan data dilakukan guna mengetahui kelengkapan pengisian jawaban, kejelasan tulisan, kejelasan makna jawaban, serta kesesuaian antar jawaban.

2. Coding

Coding merupakan kegiatan menganalisis data yang lebih detail dengan mengubah data yang berbentuk huruf menjadi angka, pemberian kode yang spesifik dapat mempermudah peneliti dalam proses pencatatan data.

3. Tabulating

Tabulating merupakan pembuatan tabel untuk memasukkan data yang diperoleh dari catatan kuisisioner dan telah dikelompokkan agar mudah disusun, dijumlah, serta memudahkan penataan data untuk disajikan dan dianalisis.

3.8 Metode Analisa Data

Adapun metode yang digunakan dalam analisis data ini adalah menggunakan metode analisis kuantitatif dan analisis statistik, yaitu data-data yang diperoleh kemudian dituangkan dalam bentuk angka-angka, kemudian di analisa menggunakan Program SPSS versi 24 untuk menguji hipotesis.

3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data

3.9.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (Uji Instrumen)

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui suatu intrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Menurut Ghazali (2014:51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas juga perlu dilakukan setelah melakukan uji validitas. Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan konsistensi responden terhadap jawaban yang telah diberikan dalam kuisisioner menggunakan Cronbach Alpha menurut Ghazali

(2014:46). Dengan kriteria pengambilan keputusan jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$ maka konstruk atau variabel dikatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien Cronbach Alpha $< 0,6$ maka konstruk atau variabel dikatakan tidak reliabel.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan data yang diperoleh dapat dianalisis dengan metode analisis regresi. Dalam uji asumsi klasik terapat uji normalitas, uji multikoleniaritas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2014:161) bertujuan untuk menguji apakah dalam variabel dependen, variabel independen ataupun keduanya dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-smirnov*, yakni jika diperoleh nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $> 0,05$, maka dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Jika diperoleh nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* $< 0,05$, maka dikatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas artinya variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai Tolerance $> 0,1$ atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Run Test* digunakan

untuk melihat apakah data residual terjadi secara acak atau sistematis.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

H₀ : residual (res_1) terdistribusi secara acak

H_a : residual (res_1) tidak terdistribusi secara acak

Metode pengujian dengan Run Test memiliki ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti data residual terjadi secara tidak acak (sistematis)
2. Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti data residual terjadi secara tidak acak (sistematis), menurut Ghozali (2014:111).

3.9.3 Analisis Data

3.9.3.1 Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini peneliti menggunakan regresi linier berganda yaitu untuk memprediksi nilai dari variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan memperhitungkan nilai variabel bebas yaitu kualitas produk (X₁), harga (X₂), dan promosi (X₃) menggunakan bantuan aplikasi spss. Dengan model persamaan yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi Kualitas Produk

X₁ = Kualitas Produk

b₂ = Koefisien regresi Harga

X₂ = Harga

b₃ = Koefisien regresi Promosi

X_3 = Promosi

e = eror

3.9.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ditulis dengan symbol R^2 (R kuadrat), yang merupakan bagian (proporsi) dari total variasi dalam Y (variabel tak bebas) yang dapat dijelaskan oleh hubungan antara Y dan X. Ahmad Noer dan Sugito (2011:112).

3.9.4 Teknik Pengujian Hipotesis

3.9.4.1 Uji T (Parsial)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau per variabel. Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika tingkat signifikannya $< 0,05$ H_0 ditolak H_a diterima, berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.
2. Jika tingkat signifikannya $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013 : 200).

3.9.4.2 Uji F (Simultan)

Uji F menurut Ghozali (2014:98) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian yang menggunakan *probability value* atau F hitung menurut Ghozali (2014:99) adalah jika *probability value* $< 0,05$ atau F hitung $> F$ table maka H_a diterima. Sebaliknya jika *probability value* $> 0,05$ atau F hitung $< F$ tabel maka H_a ditolak.